

УДК 339.138

Грабовський Вячеслав

Hrabovskyi Viacheslav

Науковий керівник: к.е.н., доцент Шпилик С.В

Тернопільський національний технічний Університет імені Івана Пулюя

**СТВОРЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ СЛУЖБ В СИСТЕМІ
УПРАВЛІННЯ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГОМ ФІРМИ
CREATION OF MARKETING SERVICES IN THE INTERNET
MARKETING MANAGEMENT SYSTEM OF THE FIRM**

Протягом останніх десяти років в умовах підприємницької діяльності організаційна структура управління інтернет-маркетингом розглядається як система взаємопов'язаних, узгоджено діючих елементів, що виконують в системі управління компанією функції маркетингу. Тому при створенні організаційної структури в компанії основним питанням є створення умов, що забезпечують високий рівень узгодженості даних елементів. Інакше кажучи, організаційна структура управління інтернет-маркетингом ефективна, якщо вона вибудовується на підставі визначення мети організації та затребуваності для вирішення конкретних завдань.

Створення маркетингових служб в системі управління інтернет-маркетингом фірми обумовлюється необхідністю оцінки її керівництвом ряду об'єктивних факторів, таких як розмір організації, рівень диференціації, професійна та інтелектуальна підготовка персоналу.

Головною метою SMM-просування є збільшення продажів компанії через інтернет. Як і будь-який вид реклами, розкрутка в соціальних мережах спрямована на привернення уваги користувачів до компанії, її товарів, бренду, послуг. Говорячи про завдання маркетингу в соціальних мережах, варто виділити наступні: поширення інформації про продукт; налагодження взаємодії з цільовою аудиторією; отримання відгуків від

споживачів; управління репутацією компанії; робота з негативними відгуками. Основна мета SMM – підвищення лояльності потенційних і існуючих клієнтів, підвищення продажів. Тому компанії необхідне створення бренд-сторінок для: формування позитивного іміджу в цільовому регіоні; опублікування новин компанії; прямої і швидкої комунікації з потенційними і існуючими клієнтами; нейтралізації всього негативу; формування особистого рейтингу керівництва компанії в мережі інтернет.

SMM дозволяє виявляти потужний вплив на споживачів. Головне – вибрати правильні інструменти, для організації ефективного SMM-просування найкраще звертатися до фахівців. Від точності налаштувань рекламної кампанії і грамотного вибору стратегії розкрутки залежить успіх роботи. Спеціаліст вибере правильну тактику і організовує ефективну таргетовану рекламу, щоб необхідна інформація була доставлена до потенційних клієнтів. Тільки професійна робота з інструментами SMM дозволяє досягати поставлених цілей. Будь-які відхилення від правильного напрямку призводять до зниження ефекту впливу. Важливо врахувати масу нюансів при виборі стратегії, щоб її реалізація призвела до збільшення продажів і підвищення прибутковості вашої компанії.

Перелік посилань:

1. Ковбас І.М. Формування системи управління маркетинговою діяльністю підприємства / І.М. Ковбас // Сталий розвиток економіки. Міжнародний науково-виробничий журнал.- 2015.- № 3 [28]: Менеджмент, маркетинг, підприємництво. – С. 260-267.